Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

VOC Resto merupakan restoran yang sudah berdiri 2 tahun lamanya, restoran ini menyajikan makanan *chinese* yang terletak di Jakarta, tepatnya pada Gedung VOC Galangan yang merupakan gedung peninggalan Belanda. Awalnya, pemilik Gedung VOC Galangan membuka restoran *chinese* terlebih dahulu disana dengan nama VOC Galangan Resto Cafe, namun restoran tersebut telah tutup dan dibuka kembali restoran *chinese* bernama Tang *Restaurant* pada tahun 2012. Tang *Restaurant* bertahan selama 4 tahun dan sekarang diganti dengan restoran *chinese* baru bernama VOC Resto.

Bapak Awi, selaku salah satu pemilik dari VOC Resto berpendapat bahwa banyak yang mengira kalau restoran ini sudah tutup karena sebelum VOC Resto berdiri, sudah dua kali restoran *chinese* disana telah tutup. Bedasarkan *survey* yang penulis lakukan, dari 100 responden, sebanyak 77% tidak mengetahui VOC Resto, sisanya mengetahui melalui *mouth to mouth* dan pernah melewatinya. Berdasarkan frekuensi pengunjung, VOC Resto dalam 6 bulan terakhir tidak stabil sedangkan dalam target penjualan mulai menurun terutama dalam 2 bulan terakhir menurun sebanyak 20%. Bapak Awi menambahkan VOC Resto memang membutuhkan promosi sekaligus memperkenalkan restoran ini ke masyarakat luas supaya VOC Resto tidak bernasib sama dengan Tang *Restaurant* dan VOC Galangan Resto & Cafe.

Perancangan Promosi VOC..., Vivian Aristya, FSD UMN, 2018

Bapak Awi menjelaskan bahwa beliau tertarik untuk membuka kembali restoran *chinese* karena beliau percaya bahwa VOC Resto yang saat ini mempunyai potensial dari segi makanan dan juga pelayanan. Hal itu dibenarkan oleh penulis ketika melakukan FGD pada tanggal 10 Maret 2018 di VOC Resto yang berjumlah 6 orang, mereka merasa puas dan setuju bahwa restoran ini membutuhkan promosi. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Awi pada tanggal 27 Februari 2018 jam 12.41 di lantai dasar VOC Resto, pelanggan yang datang ke VOC Resto kebanyakan adalah pelanggan yang sudah menjadi langganan disana. Bapak Awi sendiri mempunyai keinginan dalam upaya mewujudkan VOC Resto lebih dikenal di masyarakat sehingga Ia berencana untuk mempromosikan restorannya dan berencana untuk menambahkan *live music* disana. Bedasarkan latar belakang tersebut, penulis hendak menyusun "Perancangan Media Promosi VOC Resto" sebagai tugas akhir.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang media promosi dari VOC Resto?

1.3. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini lebih spesifik, maka penelitian akan difokuskan ke dalam beberapa hal yang telah didefinisikan sebagai berikut:

1. Perancangan media promosi untuk VOC Resto dengan memanfaatkan berbagai media promosi yang efektif.

Perancangan Promosi VOC..., Vivian Aristya, FSD UMN, 2018

2. Segmentasi pada penelitian difokuskan kepada:

   a. Demografis:

      a. Usia: 30-59 tahun

      b. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan

      c. Kalangan: Menengah dan menengah atas

   b. Geografis:

      a. Berdomisili di daerah Jakarta

   c. Psikografis:

      a. Penggemar makanan *chinese*

      b. Masyarakat keturunan Cina yang memegang teguh tradisinya.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merancang media promosi VOC Resto.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Dalam perancangan tugas akhir mengenai VOC Resto, ada beberapa manfaat yang diperoleh;

1. Bagi VOC Resto, penelitian ini bermanfaat untuk masyarakat luas mengetahui restoran dan berpotensi untuk dapat meningkatkan jumlah pelanggannya.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2. Bagi penulis, untuk menambah dan memperluas wawasan mengenai perancangan media promosi.

3. Bagi Universitas, sebagai refrensi bagi mahasiswa yang ingin mengambil perancangan media promosi sebagai bahan tugas akhir

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA